# Задание для группы 2т-83, 2т-84,3т-78,3т-79к**. Составить конспект по вопросам. Готовые работы сдать до 19.04.20г., отправлять на адрес** [rol.nata82g@mail.ru](mailto:rol.nata82g@mail.ru) **Ребята пишите, пожалуйста, ФИО и номер группы.**

# Предмет «Психология общения »

**Лекция № 6. Тема «Важность имиджа человека и правила его формирования»**

**Вопросы для самопроверки**

1. Что такое имидж и какое влияние он оказывает на восприятие человека?
2. Существует ли различие между понятиями «облик» и «имидж»?
3. Как определяются атрибуты и факторы имиджа?
4. Назовите составляющие имиджа.

*Имидж – это сложившийся в сознании людей образ, стереотип, набор определённых качеств, которые ассоциируются с отдельной личностью. К этому понятию очень близко понятие репутация.*

Первоначально понятие имидж использовалось в предпринимательской среде в качестве главного средства воздействия на потребителей. Позднее имидж стал пониматься как важнейшая категория в общественно-политических науках и в психологии.

Стереотипы годами создаются в сознании людей под влиянием прочитанного в газетах, журналах, книгах, увиденного по телевизору и услышанного в коллективе. Немалую роль в формировании таких стереотипических представлений играет и политика руководства страны, и интеллектуальный уровень личности, и общий экономический уровень страны.

Например, большое количество актеров, сыграв одну роль, самую запомнившуюся зрителям, часто сетуют на то, что имидж и репутация киногероя распространились и на актера в жизни. То есть, даже близкие люди, знакомые и друзья переставали воспринимать актера в отрыве от сыгранной им роли. Фактически комедийный или трагический персонаж в сознании людей становился неотделим от исполнившего его на сцене или в кино артиста. Изменить имидж киногероя для многих актеров было не под силу даже до конца жизни.

Другой пример имиджа и репутации – это представление о дорогих автомобилях как о преуспевании в обществе, счастье и материальном достатке. Имидж больших возможностей и положения в обществе обеспечивает и дорогостоящая недвижимость.

В последнее время тема формирования имиджа (человека, компании, звезды шоу-бизнеса, бизнесмена, государства или политика) приобрела весомое значение в жизни. И это понятно, ведь то, что каждый субъект демонстрирует и выставляет напоказ, оказывает немалое влияние на большую часть его окружения. Поэтому правильный подход к формированию личного имиджа является залогом успеха многих мероприятий.

*Имидж – это тоже самое, что и имя, неразрывно связанное с представлением о человеке понятие. Это визитная карточка человека. Это то впечатление, которое воссоздают в своей памяти другие люди, когда вспоминают о вас.*

## Правила формирования имиджа в современном мире

Прежде всего, надо определить имидж, что это такое. **Понятие имидж – это не только внешность, умение хорошо выглядеть, подбирать шляпку к туфлям и помаду к сумочке, это еще и адекватность рассуждений, грамотная речь, манера общения.** Если важным является привлечь противоположный пол, то имидж и репутация будут играть важнейшую роль. Не только среди знакомых, но и в семье, на работе, в отношении к старшим по возрасту людям, в любви к младшему поколению.

У каждого социального класса общества сформировано свое представление о понятии имидж. Важно понимать, что оно может отличаться от вашего мнения. Одежда, манера говорить, манера держать себя, жестикулировать, интонировать слова и предложения – отличный способ для работодателя или будущего супруга сформировать мнение о вас.

Начать работу над формированием своего имиджа и репутации нужно с адекватного анализирования самого себя и своих возможностей.

Изменить внешний вид поможет стилист, визажист расскажет как правильно ухаживать за кожей и делать правильный макияж, психолог поможет в принятии себя и собственного «Я», учитель танцев обучит движениям и правильной походке. Изменить имидж никогда не поздно, важно правильно оценивать себя и ситуацию.

### Что еще необходимо знать о формировании имиджа

Имидж следует изменять в соответствии с наметившимися переменами в жизни. Если, например, изменился социальный статус, то следует подумать и об изменении стиля одежды. Иногда имидж требуется изменить в соответствии с дресс-кодом компании, в которую вы перешли.

Имидж и репутация пересматриваются и в соответствии с возрастом. Важно знать, что если вы все делаете правильно, то и впечатление, которое вы будете производить, будет положительным. Элемент уникальности в создании своего образа должен присутствовать всегда. Имидж и репутация не бывают изолированными друг от друга.

Главным условием достижения профессионального успеха является постоянная активность внутреннего мира человека, непрекращающаяся работа над собой, над своим духовным развитием. Как люди тренируют тело и накачивают мышцы, также необходимо тренировать память, способность мыслить и анализировать. В первую очередь, здесь помогут книги. Профессиональная и художественная литература не только хранят знания, но и учат думать, повышая компетентность и положительную продуктивность. Профессионализм подразумевает уверенность и способность контролировать ситуацию. Вместе с экономическим успехом профессиональный и карьерный обеспечивают человеку высокий социальный статус.

Сам же социальный статус определяется возрастом, образованием, профессией, должностью, престижностью, материальной обеспеченностью, личной свободой, уровнем правовой и моральной защищенности, карьерными и личностными перспективами.

## Составляющие имиджа

* Одежда, прическа, аксессуары, тату, пирсинг могут многое сказать о человеке. Как известно, встречают человека по одежке. Поэтому одежда может охарактеризовать человека еще до того, как он что-то произнесет или представится.
* Также не менее важны вопросы соблюдения личной гигиены — это ухоженные волосы, ногти, правильный и уместный макияж. Внешний вид человека, прежде всего, сказывается на его имидже и репутации в обществе.
* Мимический имидж человека — это выражение его лица, улыбка, взгляд. Мимика выдает доброжелательный или негативный настрой человека. Многие умеют маскировать и тщательно скрывать от других свои чувства и эмоции, но положение губ, бровей, выражение лица многое могут рассказать о том, что действительно чувствует человек.
* Кинетический имидж человека – это походка, осанка, движения, жесты. Сутулящиеся люди, принимающие неподобающие позы, держащие голову слишком высоко, произведут не самое приятное впечатление. Манера двигаться, держать голову, поправлять волосы – это еще один способ дать другим людям понять свой положительный, добрый настрой.
* Вербальный имидж и репутация заключаются в манере говорить, а также в том, какие слова человек использует, насколько богат или скуден его лексикон, хорошо ли он выделяет слова, какие интонации использует, способен ли рассуждать логически. Этот тип похож на имидж ментальный, характеризующий человека по его социальным, религиозным и мировоззренческим убеждениям.

Последняя составляющая имеет отнюдь не самое последнее место по значимости. Это имидж вещественный, то есть все благосостояние у человека: одежда, автомобиль, квартира, вилла у моря, книги, картины, родовая бижутерия и драгоценности.

Перекликается с этой составляющей и овеществленный имидж – стихотворения, книги, диссертации, декорации, визитные карточки, программные продукты, патенты, елочные игрушки, кондитерские изделия – все, что было придумано, сделано, воплощено, создано человеком.

## Внутренняя и внешняя структуры имиджа

1. Первая часть сложной структуры понятия имидж – это представления самого человека о своей внешности, голосе, мимике, жестах и того как он оценивает себя сам: красивый, умный, добрый.
2. Вторая внутренняя структура – это представления человека о том, каким видят его другие.
3. Третья часть структуры понятия имидж – это так называемая обратная связь, то, что человек получает от других людей в форме комплиментов, критики, оскорблений, любовных признаний или высмеивания. Здесь важным оказываются не сами высказывания, а отношение человека к ним. Многие не способны воспринимать конструктивную критику и воспринимают ее в штыки, другие не признают доброго подшучивания и высмеивания поступков. Кто-то станет гордиться похвалой, а кто-то обидится и решит, что его недооценили, раскритиковав или дав совет.

*Все три структуры тесно переплетены в представлении человека о себе. Имидж и репутация помогают каждому человеку определить свой индивидуальный стиль, если они будут гармоничны и будут формировать единый образ человека.*

## Назначение имиджа в жизни

*Главное назначение имиджа и репутации — это достичь эффекта личной привлекательности.*

Человеку важно располагать к себе людей, чем бы он ни занимался. Для ведения бизнеса, для защиты диссертации или важного проекта, для поиска мужа или покупки в магазине – всюду важно уметь произвести приятное впечатление и расположить к себе людей. Без этого умения действительно нельзя добиться выдающихся успехов. Поэтому так важно знать, что такое имидж, и при необходимости быть способным изменить имидж.

Над созданием имиджа работают специалисты: визажисты, психологи, учители танцев и тренеры по йоге, пиарщики и маркетологи, продюсеры и социологи, логопеды и стилисты. Существуют школы, где проводят обучение тому, как правильно с помощью визуального эффекта личности добиться желаемого. В таких школах проводят обучение практикующие психологи. Помимо визуальной составляющей здесь научат правильному миропониманию и представлению о себе, расскажут о способах принятия себя и повышении привлекательности внутреннего облика человека.

Есть сегодня и новая профессия – имиджмейкер. Этот профессионал расскажет, как можно изменить имидж для достижения максимального успеха на работе, при руководстве фирмой или при ведении домашних дел. Также к услугам этого специалиста могут прибегать известные люди, чтобы сформировать о себе скандальный имидж.

Имиджмейкеры советуют принимать свою внешнюю оболочку (образ), как средство для достижения своих планов. Необходимо каждый день быть на людях хорошо одетым, аккуратно причесанным, с правильным макияжем, адекватно себя вести, следить за своими словами, жестами и даже походкой. То есть его репутация должна быть осознанной и продуманной до таких мелочей как, например, одежда, аксессуары, приветствие, темы разговоров, отношение к другим людям, каждодневное позитивное настроение и благодарность.

Для руководителей компаний это может быть еще и энергичность, непоколебимость, для подчиненных сотрудников – пунктуальность, для домохозяек – заботливость и т. д. Тогда человек будет производить хорошее впечатление. И ему будет сопутствовать успех во всех планах, делах, а не только в личностных отношениях.

*Назначение имиджа, главным образом, состоит в том, чтобы самоутвердиться в собственных глазах и улучшить собственное ощущение своего «Я», занять в обществе лучшую позицию, то есть, по возможности соответствовать определенным стереотипам в социальной группе, достичь определенной цели в карьерном плане или в финансовой среде.*

## Социально-психологический анализ имиджа

Понятие имидж с большой долей уверенности можно называть междисциплинарным понятием, так как его становление происходило во многих науках одновременно, обобщая знания в соответствии с целями и задачами каждой науки. В начале двадцатого века процесс формирования этого понятия изучался преимущественно психологами и социологами.

Человек сегодня, в двадцать первом веке, живя в новом информационном обществе, представляет ценность только как личность, способная к самовыражению и имеющая неоспоримый успех во всех сферах своей жизни. При этом индивидуальное выражение каждого человека происходит все больше с помощью информационных технологий: социальных сетей и виртуального общения. Живое человеческое [общение](https://headlife.ru/obshchenie/) в таком случае просто подменяется символическим общением с целью обмена информацией.

*Символичными становятся и роли, которые человек выполняет ежедневно в семье, на работе или в кафе. Создаются определенные имидж и репутация личности в зависимости о того, в какой среде человеку приходится находиться ежедневно.*

У человека в основном благодаря влиянию средств массовой информации сложилось собственное представление о понятии имидж. Это образ человека глазами других людей, целый спектр стереотипов, закрепившихся за нашей личностью в сознании людей, а также наше представление о самих себе, которое так или иначе способно передаваться окружающим; вешняя картинка личности в социальных сетях и ее привлекательность для других людей, считываемая посредством знаков «нравится» в профиле в социальных сетях.